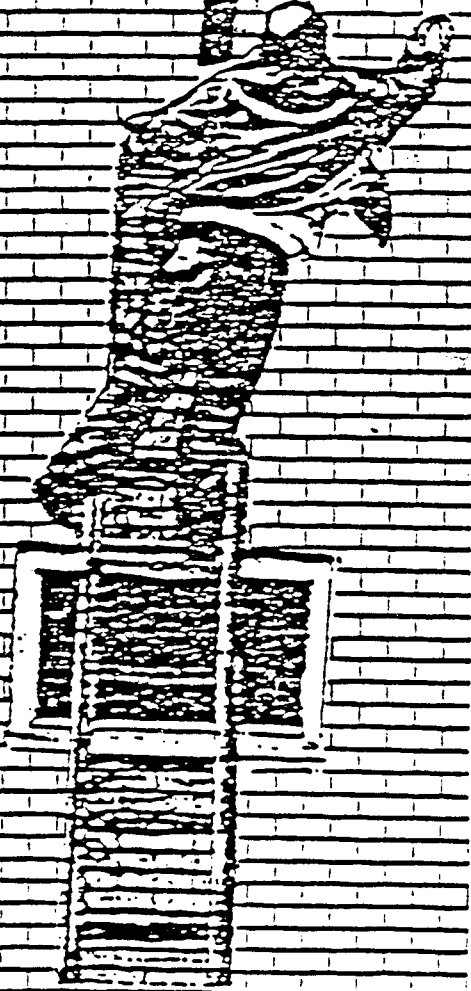


Revue

de

travaux



SOMMAIRE

- SPECIAL ELECTIONS

SECTEUR PUBLIC ET NATIONALISÉ

// Quelques réflexions sur le contenu de la campagne suscitées
// par la Journée d'étude du 6 décembre 1983 ayant trait à la
// préparation des élections dans le secteur public et
// nationalisé.

I. - DANS QUEL CONTEXTE IDÉOLOGIQUE ALLONS-NOUS MENER CES ÉLECTIONS ?

A) C.N.P.F. et droite :

Entreprise : chasse gardée, je gère pour vous.

La semaine nationale durant octobre développée par le C.N.P.F. sur le thème "*l'entreprise fait vivre, il faut la laisser vivre*" est une des prémices de la bataille qu'il souhaite engager.

Les nationalisations :

a) catastrophe économique (se reporter au document joint)

b) inutiles, coûteuses, dangereuses. Ce ne sont pas de bons outils car réduction du nombre d'emplois.

Chirac affirmant qu'en cas de retour de la droite, les nationalisations issues de 1981 seront purement et simplement rayées des textes de loi, mais aussi celles issues du programme du C.N.R.

A l'intérieur des entreprises, un des volets importants va être la minimisation de l'élection et du rôle des administrateurs voire même une campagne visant à dénaturer l'ensemble de la loi de démocratisation, à détourner les salariés du vote donc à les amener à la passivité.

B) F.O.

Notre vocation ce n'est pas de gérer, mais c'est la défense des revendications.

Dans le cadre de la guerre idéologique, un certain nombre d'idées élaborées par le patronat a réussi à passer parmi les salariés, c'est le cas notamment pour la gestion.

"La gestion c'est de la collaboration de classe, la gestion c'est l'affaire des patrons".

Il est important de souligner cet aspect car devant un tel déferlement idéologique deux attitudes chez les travailleurs sont à craindre :

- 1) L'attentisme, le refus d'aller voter
- 2) La délégation de pouvoir

d'autant plus que le C.C.N. a souligné un mécontentement profond que ce soit pour le pouvoir d'achat et pour l'emploi., l'insuffisance des changements réels, mécontentement dont la C.G.T. prend résolument la tête mais qui ne va pas encore jusqu'à la pleine conscience de ce qu'il faudrait pour que cela aille mieux.

Notre rôle, c'est donc bien de leur montrer que l'on a les moyens que l'on n'avait pas avant pour que cela aille mieux, et que les nationalisations en sont partie intégrante, à condition qu'ils interviennent directement.

Pour faire pièce à cela, le débat doit se situer essentiellement sur : les travailleurs sont capables de gérer autrement mais avec une autre conception dans les rapports de production.

II. - UNE CAMPAGNE FÉDÉRALE, DYNAMIQUE, ENRACINÉE À L'ENTREPRISE, OFFENSIVE TANT SUR LES QUESTIONS DE FOND QUE SUR LES REVENDICATIONS

Il nous semble qu'elle doit reposer sur deux axes forts avec, au coeur, l'utilisation des droits nouveaux.

Faire appel à leur vie, à leur intelligence, mais aussi à leur rêve et à leur coeur nécessite une campagne chaleureuse qui prenne en compte leur différence dans leur unité et qui lie bien vie au travail et progrès social.

1er axe : les nationalisations pourquoi faire ? Au service de qui ? Gestion, revendication, est-ce compatible ?

2è axe : les travailleurs capables de gérer leur entreprise, l'administrateur CGT est leur représentant ? Quel rôle ? En quoi est-il différent des autres ?

Un certain nombre de thèmes pouvant logiquement découler de ces axes forts :

par exemple :

- gérer autrement l'outil de travail
 - citoyen responsable dans l'entreprise
 - non au patronat de droit divin
 - sans intervention des travailleurs pas d'administrateur efficace
- etc....

III. - UNE CAMPAGNE D'ENVIRONNEMENT

Les U.D. vont être des relais des fédérations dans les villes, les régions. Elles vont participer à l'amplification de la campagne.

Le rôle du Secteur Propagande est de les aider. Il nous semble que cela peut être à la fois incitatif et stimulant pour les militants des entreprises nationalisées de savoir qu'une campagne d'environnement se mène sur des thèmes unificateurs, par exemple : les nationalisations, une possibilité pour faire vivre la région.

Cela, afin de mieux démontrer à l'ensemble de la population le rôle pilote des nationalisations.

Pour aider les salariés du secteur privé à intervenir dans leur entreprise et à se saisir des lois Auroux, il est indispensable de placer l'intervention des uns et des autres en termes de réciprocité pour l'efficacité des campagnes à mener.

IV. - LA CONTRIBUTION DU SECTEUR PROPAGANDE

1) Aider les fédérations concernées dans le cadre de l'élaboration de leur campagne de propa et leur mise en oeuvre.

- Ce que l'on veut dire,
A qui on veut le dire,
Comment on veut le dire.

- Dans le choix des matériels et des supports,
de leur utilisation...

2) quel matériel confédéral ?

Comme nous l'avons souligné, pas de campagne confédérale centrale mais une campagne d'aide et d'environnement pour les Unions Locales, les Unions Départementales et les Régions.

- Quelques matériels généraux

- 1 affiche centrale sur le thème de intervention des salariés.